

웹 검색엔진의 지식검색커뮤니티 기반 지식관리에 관한 연구

A Study on knowledge management of web search engine based
on knowledge search community

이두영, 중앙대학교 문헌정보학과
강순희, 중앙대학교 문헌정보학과 대학원

Lee Too-Young, Prof. Dept of LIS, Chung Ang Univ.
Kang Soon-Hee, Graduate school of LIS, Chung Ang Univ.

본 연구는 인터넷 환경에 따른 정보의 지식화현상과 지식경영 추세에 따라 새롭게 등장한 웹 검색엔진의 지식검색커뮤니티 기반 지식관리에 관한 연구이다. 아직까지 지식검색커뮤니티에 대한 연구를 거의 찾아볼 수 없는 상황에서, 본 연구는 네이버의 '지식 iN', 야후의 '지식검색', 엠파스의 '지식거래소'를 대상으로 웹 검색엔진의 지식검색커뮤니티를 살펴보았다. 지식의 개념을 통해 지식 순환과정을 고찰하였고, 순환과정의 각 단계별로 지식관리를 연구하였다. 더불어 커뮤니티 기반의 지식창출과 지식공유단계에 대한 이용자연구를 하고자 한다. 이를 바탕으로 보다 건전하고 활발한 지식공유문화조성을 위한 지식검색커뮤니티의 활성화 방안을 제안하고자 한다.

1 서 론

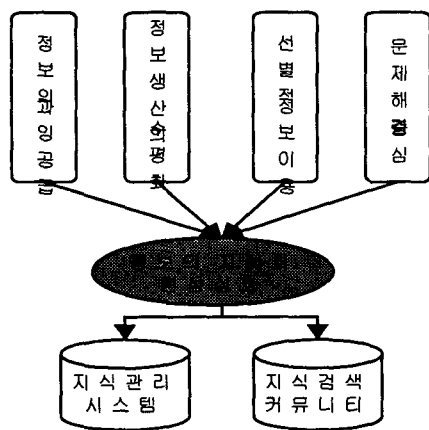
1) 연구의 필요성 및 목적

Drucker는 정보의 다양성과 방대함이 존재하는 오늘날의 사회를 '지식사회'라고 표현하며 지식의 중요성을 강조하였다. 현대 사회에서 지식이 더욱 두각 되고 있는 근저에는 웹으로 대표되는 인터넷의 등장에 따른 정보자료의 과잉현상이 있다. 인터넷의 쌍방향성적 특성으로 정보를 서로 주고 받는 수평적인 문화가 촉진되었고, 정보자

료가 기하급수적으로 증가하여 유용한 지식이 어디에 있는가를 정확히 파악해야 하고, 찾은 정보에 대해서 선별적 처리가 요구되고 있는 것이 현실이다. 또한 새로운 정보의 생산율이 높아지면서 개인은 오히려 지식결핍문제를 겪게 됨으로서 공유의 필요성을 느끼게 되었다.

정보의 홍수 뿐 아니라 경험적 지식의 공유부족과 학습부족, 지식창출의 노력부족에 따른 여러 문제들을 해결하기 위해 지식과 정보를 체계적으로 정리하는 것이 문제해결과 새로운 지식창출에 있어서 가장 기본적인 요건이 되고 있다. 이는 '지식경영

(Knowledge management) 으로 대변되는 경영분야의 새로운 움직임에서도 찾아볼 수 있다. 이 움직임은 현재 조직 차원이 아닌 개인차원에까지 이르게 되어 개인이 가지고 있는 보이지 않는 지식까지 체계화하는 지식창조의 개념적 시스템을 창출해내게 되었다. 한편, 네이버나 야후와 같은 웹 검색엔진의 '지식검색커뮤니티'도 같은 맥락에서 출현된 것이라 할 수 있다. 최근 국내의 웹 검색엔진들은 지식검색을 강조하며, 검색결과 상단에 지식검색의 결과를 우선적으로 제공하고 있다. 다른 한편으로, 지식검색의 등장에서 인적 네트워크 측면을 찾아볼 수 있다. 문제해결에 관련된 자료가 너무 많거나 거의 없는 상황에서 개인적인 인적 네트워크를 통해 보다 빠르게 실제 문제해결에 적합한 답에 대한 단서를 찾을 수 있을 것이다. 그러나 정보네트워크가 뒷받침되지 않는 인적네트워크만으로는 한계가 있다.



<그림 1> 정보의 지식화현상

이러한 이유에서 웹 검색엔진의 지식공유 공간으로서 '지식검색커뮤니티'가 최근 활성화되고 있다고 볼 수 있다.<그림 1 참조>

본 연구는 '지식'과 '지식관리'의 개념을 고찰하고, 지식검색커뮤니티의 지식관리유형을 분석하고자 한다. 특히 지식검색커뮤니티에서 불특정 다수의 검증되지 않은 많은 지식들을 어떻게 관리하고 있는지를 일반적인 지식순환과정에서 살펴보고, 이 흐름을 활성화하고 지식의 질을 향상시키기 위한 방안을 제시하고자 하는데 본 연구의 목적이 있다.

2) 연구방법

본 연구에서는 우선 문헌조사를 통하여 지식의 개념과 지식관리에 대해 고찰하였다. 즉 기존에 제기되었던 문헌연구를 중심으로 연구의 기본개념을 제공하는 지식사회의 등장과 지식, 지식관리에 대한 개념을 체계화하였다.

이를 바탕으로 지식검색커뮤니티의 지식성격을 규명하고 지식관리유형을 분석하였다. 현재 네이버, 엠파스, 야후와 같은 검색엔진 뿐 아니라, 프리챌과 네이트, 드림위즈 등 대부분의 대형 포털사이트들은 경쟁적으로 지식검색서비스를 운영하고 있다. 먼저, 이러한 국내외 지식검색커뮤니티의 현황을 살펴보고, 여러 지식검색커뮤니티 중 특히, 지식및 정보검색이 중심이 되는 검색엔진 네이버, 엠파스, 야후의 "지식iN", "지식거래소", "지식검색"을 대상으로 지식

관리를 지식순환과정의 단계별로 분석하였다. 각 지식검색커뮤니티에서 직접 지식의 창출부터 평가까지의 단계를 수행하며, 다른 이용자의 패턴을 살폈다. 또한 지식검색 커뮤니티의 이용자를 대상으로 설문조사를 통해 커뮤니티기반의 지식창출과 지식공유 단계에 대한 이용자연구를 하고자 한다.

2 용어의 개념정의

1) 지식검색커뮤니티 (knowledge search community)

지식검색커뮤니티는 Q&A게시판이 발전한 형태로 이용자들 간에 궁금한 것을 묻고 대답하는 지식검색서비스이다. 이용자들의 질문과 답변이 가치있는 정보로 결합되어 체계적인 카테고리 아래에 데이터베이스형태로 축적하여 이를 서비스하는 지식 모델을 말하는 것이다. 지식공유 커뮤니티 혹은 지식검색데이터베이스라고도 볼 수 있다. 다양한 분야의 수십만개 질문과 답변에 검색기능이 더해져, 이용자들이 지식을 주고받으며 만든 실용적인 백과사전과도 같다. 이 커뮤니티에서는 여러 경로를 거치지 않고 직접 관련답변에 접근할 수 있으며, 답변은 이해하기 어려운 지식도 알기 쉽게 구어체로 풀어 설명되어있다.

2) 정보의 지식화 (from information to knowledge)

정보의 지식화현상은 이용자들이 처리하기에 너무 많은 정보가 유입됨으로서 또는

원하지 않는 정보가 무차별 제공됨으로서 곤란함을 느끼게 됨으로서 발생하는 현상이다. (윤준수, 1998) 따라서, 정보 중에서 이용자가 적극적으로 정보가 지니고 있는 가치를 평가하고, 이를 통해 가치가 없다고 판단한 정보는 기피하고, 가치 있다고 평가된 정보만을 특정 목적으로 사용하기 위해 분류하고 관리하게 되는데 이를 정보의 지식화라고 한다. 노나카(1995)는 정보와 달리 지식은 의사결정 및 행동을 향한 가치 판단이 되고, 체계적으로 정리되어 향후 장기적인 활용주기를 갖는다고 하였다. 지식화는 많은 정보 중에 문제해결에 필요한 정보들을 체계적으로 관리하는 것이라고 볼 수 있다.

3) 지식관리 (knowledge management)

지식관리의 대상이 되는 지식은 Michael Polanyi(1958)가 말하는 주관적 지식 '암묵지'를 포함한다. 지식관리에서 지식의 흐름과 이용자패턴은 <표 1>과 같다. 지식관리는 내면적으로 보유한 경험이나 암묵지를 구체화하여 체계적으로 축적하고 공유하는 것을 말한다. 물론 지식관리에서 외부 지식을 완전히 간과하는 것은 아니지만 중심이 되는 것은 내부 지식이다. 이 중 특히 표면적으로는 드러나지 않지만 핵심적 잠재력을 갖고 있는 개인이 보유한 암묵지를 획득, 축적, 공유, 활용하는 프로세스가 중요하다. 이 프로세스에 실제 경영활동을 접목시켜 부가가치 창출을 의도한 것이 지식경영이다.

〈표 1〉 정보관리와 지식관리

	정보관리	지식관리
지식의 흐름	외부 → 내부 외부지식의 전달	내부→내부 +외부→내부 내부지식의 활용
이용자	단순한 이용자	생산·유통·이용자
이용자간 커뮤니케이션	1:1	1:n 혹은 n:n
프로세스	정보의 획득·축적·공유·활용·평가	지식의 획득·축적·공유·활용·평가

3 지식검색커뮤니티 분석

현재 많은 포털사이트들의 지식검색커뮤니티는 유사한 형태로 운영되고 있다. 본 연구에서는 지식 및 정보검색이 중심이 되는 검색엔진 네이버, 엠파스, 야후의 지식검색에 대해 살펴보고자 한다. 각 커뮤니티의 지식은, 단순 호기심관련 글부터 민간요법에 대한 실제 경험담 등 뿐만아니라 전문적인 법률 혹은 의학적 지식에 이르기까지 그 내용이 매우 다양하고 광범위하다.

3.1 현 황

먼저, 국외의 지식검색을 살펴보면, 1998년부터 이용자들간 Q&A 방식으로 지식검색을 시작한 Allexperts가 있다. 수천명의 변호사, 의사, 엔지니어 등의 전문가들이 자발적으로 자신의 경험과 지식을 공유하기 위해 등록하고 기다리고 있다. 도움이 필요한 사람들은 다양한 카테고리를 통해 유용한 지식을 가진 관련분야 전문가에게 직접 질

문을 할 수 있고, 검색을 통해 이미 분류된 질문과 답변들을 바로 확인할 수 있다. 다른 국외 지식검색으로, 1999년부터 운영된 인터넷 뉴욕타임즈(NYTimes.com)의 양방향 지식공유 커뮤니티 Abuzz가 있다. Abuzz는 일반 이용자들간에 이루어지는 질문과 답변, 토론을 통한 지식공유네트워크이다. 질문은 다양한 카테고리를 통해 등록된 개인정보를 확인하여 관련된 경험, 경력, 관심사를 갖춘 사람에게 이메일로 질문을 보낼 수 있으며, 동시에 질문과 답변은 사이트에 등록된다.

국내에서 처음으로 묻고 대답하기 식의 지식검색서비스를 시작한 것은 2000년 10월 인터넷한겨레의 디비딕(DBDIC)이다. DBDIC은 DB (database) + DIC (dictionary)의 합성어로서, 질문과 답변이 가치있는 정보로 결합돼 체계적인 카테고리로 쌓여나가는 Database Dictionary라는 뜻이다. 이러한 백과사전식 지식공유사이트의 지식들은 '너 그거 아니?' 라는 시리즈의 책으로 출판되기도 하였다. 현재 디비딕은 유료화 후 엠파스가 인수하여 지식거래소라는 이름으로 통합되었다.

(1) Naver의 '지식iN'

네이버는 2002년 10월 7일 지식서비스를 시작해서 최근 가장 많은 이용자, 많은 지식DB를 운영하고 있다. 네티즌들간에 서로 묻고 답하며, 검색을 통해 지식DB에서 원하는 지식을 쉽게 찾아볼 수 있다. 메뉴구성은 흥미로운 지식들을 모아둔 '아하! 그

형구나', 고민상담을 서로 해주는 '고민iN',
 유니버 지식iN, 주 카테고리(14)로 되어 있
 다. 그러나 이용자와 지식이 급속도로 팽창
 하면서 지식의 중복과 불성실한 답변과 같
 은 문제를 찾아 볼 수 있다.

(2) Empas의 '지식거래소'

엠파스의 '지식거래소'는 디비덕을 인수
 하여 2003년 3월 21일에 서비스를 시작했
 다. 디비덕이 갖고 있던 지식들과 서비스를
 가져와 질문과 답변 뿐만아니라, 서로 소유하
 고 있는 자료들을 공유할 수 있는 자료마
 당과 퀴즈마당을 제공하며, 이와 함께 연애
 상담, 직장생활의 고민에 대한 '고민해결
 사', 한 주제에 대해 좋은 질문과 답변을
 모아놓은 '테마지식', 주 카테고리(10)로 되
 어있다.

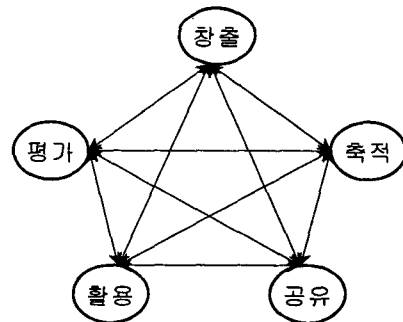
(3) Yahoo의 '지식검색'

야후는 뒤늦게 2003년 6월 1일에 서비스
 를 시작하였으나, 실생활과 직접 연관된 정
 보뿐 아니라 법률, 의학, 성 등 각 분야의
 유명한 전문가들이 답변을 하는 전문지식
 등의 전문DB에 주력하며, 고급정보로 차별
 화를 꾀하고 있다. 그러나 시작한지 얼마
 되지 않아 아직 지식이 다양하지 못하고,
 카테고리의 범주도 많지 않다. 전문지식,
 재미있는 지식, 오늘의 추천지식, 주 카테
 고리(12)로 구성되어있다.

<표 2> 지식검색커뮤니티의 최상위 카테고리

카테고리	
네이버 (14개)	뉴스,미디어/엔터테인먼트,예술/비즈니 스,경제/컴퓨터,인터넷/쇼핑/게임/가정, 여성/레크리에이션/사회,문화/스포츠/ 학문,과학/건강,의학/교육,참고자료/ 지역정보
엠파스 (10개)	컴퓨터,인터넷/연예,오락/교육,학문/ 여행,스포츠/생활,쇼핑/문화,예술/건강, 의학/비즈니스,경제/사회,정치,공공/직장, 직장인
야후 (12개)	과학/꾸러기/건강/컴퓨터,인터넷/여가생활, 스포츠/교육/비즈니스,경제/문화,예술 /엔터테인먼트,게임/가정,육아/사회/생활 정보

3.2 웹 검색엔진의 지식순환프로세스 분석



<그림 2> 지식활동의 상호작용

일반적으로 지식순환 프로세스는 <그림
 2>에서 보는 바와 같이 창출, 축적, 공유,
 활용, 평가의 5가지 단계로 이루어진다. 이
 단계들은 상호 중복되는 부분이 있으며 상
 호작용을 통해 지식의 자기증식 과정을 반
 복하게 된다.

지식검색커뮤니티의 지식들은 대체로 다
 음과 같은 특징이 있다. 첫째, 불특정 다수
 의 이용자들을 통해 계속 변경되고 증가하

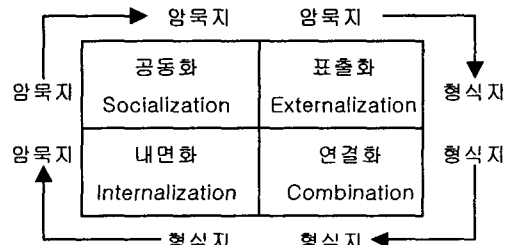
는 동적인 지식이다. 둘째, 생활과 관련한 실용적이고 현실적인 광범위한 주제들이 많다. 셋째 객관적 검증이 아닌, 주관적인 개인상황에 도움이 되는 자료들을 지식화 한다. 넷째 지식검색커뮤니티의 이용자는 곧 지식생산자로서 지식을 창출할 뿐만 아니라, 창출된 지식을 공유하고 활용하는 주체로서 내외부의 지식 모두를 동원한다.

지식관리 측면을 살펴보면, '지식iN', '지식거래소', '지식검색'을 분석한 결과 모두 매우 유사한 지식관리체계로 운영되고 있는 것을 발견할 수 있었다. 지식의 창출부터 평가까지 지식순환과정에 따라 질문과 답변이 이루어지며, 그 밖에 지식활동에 따라 점수를 매기는 마일리지제도, 불건전한 글의 신고제도, 참여자들의 흥미를 자극하기 위한 최고 지식인선발과 게임과 유사한 '성장 시스템'의 도입 등이 유사하다. 예를 들어 네이버의 지식iN은 이용자들은 활동에 따라 '평민'에서 시작해 '고수'를 거쳐 '지존'에 등극하게 된다.(1) 창출

지식창출단계에서 개인의 암묵지는 지식관리의 측면에서 더욱 중요하게 다루어져야 한다. 노나카(1993)는 지식순환 프로세스로 그가 창안한 SECI모델에서 지식창출은 형식지와 암묵지의 상호변환 순환 프로세스로 파악할 수 있다고 보고, 지식창출의 핵심은 암묵지를 적절히 전환시키는 것이라고 설명한다.<그림 2참조>

네이버의 지식iN, 야후의 지식검색, 엠파스의 지식거래소에서는 질문하기와 답변하기를 통해 표출화과정이 비교적 쉽게 나타

나고 있다. <그림 2>의 지식전환과정 중 표출화과정에서 개인의 암묵지가 형식지로 전환되는 과정을 통해 다양한 지식을 수용하고 창출하게 된다. 각 커뮤니티는 지식의 중복화를 막기위해 먼저, 기존지식의 검색을 유도하고 있으며, 지식창출을 활성화하기 위해 활동에 대한 마일리지제도를 사용하고 있다. 특히, 야후의 지식검색은 법률, 의학, 성, 부동산 등의 생활에 필요한 분야의 전문지식을 인지도 높은 전문가를 통해 창출하고 있다.



<그림 2> 노나카의 네가지 지식전환 모드

(2) 축적

창출된 지식이 가치를 지니기 위해서는 일정한 목적이나 규칙에 따라 재배열되고 정리되어야 한다. 기존의 연구에서 인터넷 정보원의 분류체계 및 지식구조에 관한 연구들이 꾸준히 진행되고 있다. Koch(2000)는 분류체계는 네트워크 환경에서 정보검색을 돕는 역할을 하며, 특히 인터넷에서 주제에 기초한 정보게이트웨이로서 브라우징 구조를 제공하며, 분류체계를 적용할 때 검색의 폭을 넓히거나 좁힐 수 있으며 문장의 전후관계를 정의하고 있어 동음이의

〈표 3〉 지식검색커뮤니티의 지식관리프로세스

	개념	사이트의 주요활동	중점사항
창출	경험에서 얻을 수 있는 암묵지를 포함한 새로운 지식을 만들어 내는 활동	질문올리기 답변하기 지식활동에 대한 마일리지제도	암묵지→형식지 새로운지식창출의 활성화
축적	지식을 목적에 맞게 체계적으로 보유, 분류하는 활동	질문자의 카테고리선택 답변 채택을 통한 지식DB축적	동적인 지식카테고리 카테고리의 최신성과 유용성
공유	개인과 개인의 보유지식을 상호 교류하도록 하는 활동	자료의 공개 새로운 지식들 홍보	지식검색시스템 지식검색인터페이스
활용	축적 공유된 지식을 실제 이용하는 활동	여러사람에게 유용한 지식 별도 관리 (ex. 네이버의 오픈백과사전) 이용자의 답변 도움정도 평가	유사지식통합 지식의 분야별 세분화
평가	문제해결에 도움이 되는 지식을 판단하는 활동	조회 및 등재지식 평가에 따른 지식마일리지제도	개별개인과 상황중심의 지식 모니터 평가를 통한 지식의 폐기

어간에 생기는 문제를 극복할 수 있다고 하였다. 지식검색사이트에서는 처음 질문한 사람이 직접 분류카테고리를 선택하게 되어 있다. 예를 들어 지식iN에서는 유사한 키워드로 분류카테고리를 제안하고 있으나, 최종 카테고리의 결정은 질문자의 선택이다. 그러나 3개 커뮤니티 모두 체계적인 분류체계를 갖고 있지 못하다. 이는 지식커뮤니티의 지식들은 계속 변화하고 있고, 학문적 지식보다는 실생활에 필요한 다양한 지식들이 주를 이루고 있으며, 그 축적기간이 야후의 경우 두달이 되지 않는 짧은 기간이기 때문인 것으로 보인다. 지식의 등록은 질문한 사람이 올린 답변 중에서 가치 있다고 판단하는 답변을 채택함으로써 지식으로 축적된다. 질문자가 질문만 던지고 답변을 채택하지 않는 경우를 줄이기 위해서, 일정기간이 지나도 올린 답변 중

채택이 없으며, 질문자의 지식마일리를 감소시키는 시스템을 운영하고 있다.

(3) 공 유

개인적 수준의 접촉에서 벗어나 웹 공간에서 개인간에 지식을 공유하기 위해서 네 크워크구성은 기본이 된다. 또한, IT기술을 활용한 검색 시스템 구축으로 효율적이고 다양한 검색방법이 가능해야 한다. 검색방법의 개발과 함께, 축적단계에서의 분류가 공유단계에서도 중요하다. 분류되지 않은 지식은 장기적으로 공유되어 활용되기 어렵다. 그러나 현재 3개 커뮤니티 모두 분류가 체계적이지 않기 때문에 이용자들에게 혼란을 줄 수 있으며, 카테고리를 통해서 지식에 접근하는데 제한이 따른다. 커뮤니티의 인터페이스 환경과 질문한 사람과 답변한 사람의 상황에 대한 정보도 중요한 요소가 될 수 있을 것이다. 특히, 엠파스의

지식거래소에서는 암묵지 뿐 아니라 정형화된 지식의 공유도 시도하고 있다.

(4) 활 용

축적단계가 지난 후부터는 지식의 적극적인 활용측면에서 유사정보 통합 및 지식정보의 분야별 세분화가 적극 이루어져야 한다. 각 사이트에서는 서로 이름은 다르지만, 지식 중 일반적으로 여러사람들에게 유용한 지식들을 별도로 관리하고 있다. 그리고 지식과 상담차원의 질문을 구별하기 위해 상담코너를 별도로 만들어 관리하고 있다. 특히, 지식검색커뮤니티의 지식들은 검증되지 않은 주관적 지식이 포함되어 있으므로, 활용시 이용자들의 주의가 따른다. 따라서 상황판단이나 문제해결에 도움이 되는 지식을 잘 활용하기 위해서는 유용한 지식의 창출만큼 지식의 평가과정이 중요하다.

(5) 평 가

자발적인 지식창출단계에서부터 지식평가의 필요성은 내재되어 있다. 각 지식검색커뮤니티에서는 이용자들의 평가와 지식활용빈도등을 통해 지식을 평가하고, 활발한 평가를 유도하기 위해 마일리지제도를 사용하고 있다. 지식의 창출단계부터 평가까지 축적된 마일리지는 추후 각 사이트의 유료컨텐츠를 사용하는데 활용할 수 있다. 또한 평가를 통한 적절한 지식폐기도 중요한 과제이다. 각 커뮤니티에서 유해한 내용은 관리자가 판단하여 직접 삭제하고 있으

나 관리자의 능력에 한계가 있으므로, 각 사이트들은 이용자들이 직접 신고할 수 있는 시스템을 운영함과 동시에 미답변 질문 해결과 불량답변 삭제를 위해 자원봉사단을 모집하고 있다.

4 결 론

정보과잉현상이 두드러지고 있는 현 사회에서 지식과 지식관리는 무엇보다 중요하다. 지식검색커뮤니티는 규모면에서 더욱 커지고 활성화되고 있는 실정이다. 그러나 이러한 추세와 반대로 지식의 질은 떨어지고 있다는 지적이 있다. 지식검색커뮤니티는 자발적인 질문과 답변으로 이루어지기 때문에 참여 이용자들의 태도가 그 성패를 좌우하게 된다. 이에 지식의 신뢰성과 정확도를 높이면서 커뮤니티를 활성화시키는 것이 중요한 과제가 되었다. 각 사이트들은 이를 위해서 위 평가단계에서 살펴본 바와 같이 개별적으로 노력하고 있으나 만족스럽지 못하다. 이에 본 연구의 지식검색커뮤니티기반 지식관리에 대한 연구결과로 다음과 같이 제시하고자 한다.

첫째, 지식관리의 프로세스를 넓게 보면 문화적 측면을 포함할 수 있다. 건전하고 활발한 지식공유 문화를 유도하여 다양한 지식사회, 바른 지식사회가 정착될 수 있도록 해야 한다. 이를 위해서는 이용자들에게 대한 적극적인 교육과 안내가 필요하다. 커뮤니티 내에서의 지식창출 및 평가의 활성화를 위해 도입하고 있는 마일리지를 교육

의 참여에도 적용할 수 있을 것으로 본다.

둘째, 건전하고 활발한 지식공유문화를 위한 현재의 개별적인 노력을 지식검색커뮤니티간에 공유할 경우, 그 효과는 더욱 커질 수 있다. 예를 들어, 불건전한 글을 자주 올려 커뮤니티의 질을 낮추는 사람에 대한 제재를 각 커뮤니티에서 공통으로 할 수도 있을 것이다. 또한 이러한 움직임과 함께 각 사이트들은 현재의 획일적인 구성에서 벗어난 차별화된 지식전략을 세울 필요가 있다.

셋째, 커뮤니티의 운영자와 감시자들의 개념이 아닌 지식을 전문적으로 관리하는 지식관리자(knowledge manager)를 도입하여 지식의 흐름을 적극적으로 제어하여 지식의 질을 높여야 한다. 그리고 각 분야 전문가 집단을 통해 단순히 질문에 답을 하는 것 외에, 자료의 내용, 가치, 유용성 등을 평가하는 해당분야의 동적인 평가지침을 도출할 수 있을 것이다. 이는 지식을 검증하고 판단하는데 유용한 근거가 될 수 있다.

넷째, 지식커뮤니티의 지식들은 각 카테고리들이 특정한 계층구분에 대한 원칙없이 구성되어 있어 주제분야의 세분이나 새로운 분야의 도입시 전체구조가 손상될 수 있는 문제가 있다. 또한 각 사이트들은 개별적으로 카테고리를 만들어 이용에 혼선을 주고 있다. 따라서 지식커뮤니티의 지식의 성격에 맞는 동적인 분류체계를 만드는 노력이 반드시 필요하다.

다섯째, 지식커뮤니티의 지식공유 및 활

용은 기존 정보들과의 연계 그리고 특정 지식분야의 소모임 활동의 지원을 통해서 더욱 활성화될 수 있을 것이다.

여섯째, 지식창출과 지식공유에 대한 실증적인 이용자분석은 현재의 지식검색커뮤니티의 지식을 보다 효율적으로 관리하고, 앞으로의 방향을 세우는데 의미를 줄 수 있을 것이다.

마지막으로, 본 연구에서 분석한 지식검색커뮤니티기반의 지식관리모델과 이에 대한 연구결과들은 지식검색커뮤니티의 운영뿐만 아니라 조직의 지식경영이나 다른 웹공유 커뮤니티의 운영에도 도움이 될 것이다.

참 고 문 헌

- 정영미. 1997. 『지식구조론』, 한국도서관협회.
- 野中郁次郎. 1995. 『지식창조의 경영』 21세기 북스
- 野中郁次郎. 1998. 『지식창조기업』 세종서적
- Michael Polanyi. 2001. 『개인적 지식』, 서울: 아카넷
- 김영실 등. 1998. 『지식경영의 실천』 삼성경제연구소
- 고재건. 1999. 『노나카의 지식창조 과정과 기업적용에 관한 연구』 경영경제연구
- 윤준수. 1998. 『인터넷의 커뮤니케이션 특성에 기반한 혼합형 지식관리시스템에 대한 연구』 중앙대학교 신문방송학과 대학원
- Davenport & Prusak. 1998. "Working

- Knowledge Boston” MA:Harvard
Business School Press
- Koch, T. “Quality-controlled subject gateway”
Online Information Review, 4(1)
- Probst. 1999. “Managing Knowledge :
building blocks for success” John
- Wiley&Sons
<http://www.allexperts.com>
<http://www.abuzz.com>
<http://kin.naver.com>
<http://kdaq.empas.com>
<http://kr.ks.yahoo.com>